

PENGARUH GAYA KOMUNIKASI *CENTER DIRECTOR* TERHADAP KEPUASAN KOMUNIKASI KARYAWAN *MALANG TOWN SQUARE*

Winda Puspasari, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

winda_puspasari@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini adalah tentang pengaruh gaya komunikasi *Center Director* terhadap kepuasan komunikasi karyawan *Malang Town Square* (MATOS). Pada penelitian ini ditemukan hasil gaya komunikasi yang digunakan oleh *Center Director Malang Town Square* (MATOS) adalah gaya komunikasi yang bersifat *nurturing*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode pengujian uji regresi dan uji t. Dengan total sampling terdapat responden sebanyak 55 orang karyawan tetap, penelitian menunjukkan adanya pengaruh gaya komunikasi *Center Director* terhadap seluruh dimensi dari kepuasan komunikasi yang terdiri dari informasi yang berkaitan dengan pekerjaan, kecukupan informasi, kemampuan untuk menyarankan perbaikan, efisiensi berbagai saluran komunikasi ke bawah, kualitas media, informasi tentang organisasi secara keseluruhan, dan integrasi organisasi.

Kata Kunci: gaya komunikasi, kepuasan komunikasi

Pendahuluan

Pemimpin sebagai orang yang bertanggung jawab dalam organisasi dapat memberikan kontribusi dalam mencapai kepuasan komunikasinya (Muhammad, 2004, p. 87). Organisasi adalah sekelompok masyarakat yang saling bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan tertentu, dan komunikasi adalah perekat yang memungkinkan kelompok masyarakat tersebut secara bersama-sama melakukan fungsinya dengan baik. Komunikasi yang terjalin antara pemimpin dengan bawahan, merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan (Purwanto, 2006, p. 35).

Seorang atasan yang bertanggung jawab atas ribuan orang bawahan melakukan komunikasi untuk menetapkan atau memberikan arahan dan mendelegasikan tugas. Komunikasi untuk pengarahan dan pendelegasian tersebut lebih penting dibandingkan dengan membangun tim dan memberikan bimbingan (Kreitner & Kinicki, 2005, p. 314).

Dalam hubungannya dengan organisasi perusahaan, gaya komunikasi menggunakan komunikasi sebagai alat penyampai pesan tersebut berkaitan dengan kepuasan komunikasi karyawan yang menjadi pihak yang dikontrol oleh

pemimpin. Istilah kepuasan komunikasi menurut Redding dalam Pace & Faules (2005, p. 164) digunakan untuk menyatakan keseluruhan tingkat kepuasan yang dirasakan pegawai dalam lingkungan total komunikasinya. Kepuasan komunikasi organisasi adalah evaluasi diri atas kondisi afektif internal. Reaksi afektif atas meningkatnya jumlah hasil yang diinginkan orang-orang sebagai hasil pekerjaan mereka dan komunikasi mereka.

Peneliti menemukan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan untuk melakukan penelitian ini. Vania (2007) yang melakukan penelitian di Rumah Sakit Angkatan Laut (RSAL) dr. Soepranoen Malang. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan di rumah sakit tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan komunikasi karyawan.

Ditemukan hal menarik untuk diteliti di *Malang Town Square* (MATOS) yaitu fakta mengenai pemimpin *Malang Town Square* (MATOS) yaitu Fifi Trisjanti merupakan ketua umum APPBI Cabang Malang (Sumber: Malang Post, 3 April 2013). APPBI merupakan singkatan dari Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia yang dibentuk dengan tujuan memudahkan dan memperlancar pengelolaan mall. *Center Director* yaitu Fifi diantara atasan tertinggi lainnya dalam jajaran *directur* mall Malang, merupakan orang baru dalam bidang management mall dipilih menjadi ketua. Selain itu ditemukan keunikan komunikasi yang dilakukan pada *Center Director* disini, dimana Fifi dapat memberikan instruksi langsung pada karyawannya termasuk pada karyawan level golongan staf. Oleh karena ini peneliti tertarik meneliti mengenai pengaruh gaya komunikasi *Center Director* terhadap kepuasan komunikasi karyawan *Malang Town Square* (MATOS).

Tinjauan Pustaka

Komunikasi Organisasi

Goldhaber (1993) yang mengatakan bahwa “*Communication is essential to an organization. Information is vital to effective communication. Persons who control information control power*” yang artinya komunikasi penting bagi suatu organisasi. Informasi vital bagi komunikasi yang efektif. Orang yang mengontrol informasi akan mengontrol kekuasaan (p. 6).

Teori Gaya Komunikasi

Menurut Nawawi (2003) dalam Siregar (2006, p. 3) gaya komunikasi yang dipergunakan atasan dapat mempengaruhi pikiran, perasaan, sikap dan perilaku para anggota organisasi / bawahan. Seorang atasan bertanggung jawab atas ribuan orang karyawan, kemampuan untuk menetapkan arahan dan mendelegasikan adalah yang lebih penting dibandingkan dengan membangun tim dan memberikan bimbingan. (Kreitner & Kinicki, 2005, p. 314).

Dimensi Gaya Komunikasi

Teori Likert membagi gaya komunikasi menjadi empat yang terdiri dari:

1. Gaya komunikasi yang bersifat *authoritarian*

Atasan bersifat *task oriented*, memiliki tingkat struktur yang tinggi, dan otoriter. Hubungan interpersonal tidak terlalu penting, tingkat kepercayaannya rendah kepada bawahannya dan tidak melibatkan bawahan dalam membuat keputusan. Bawahan bekerja dengan iklim yang terintimidasi dan rasa takut. Komunikasi mengalir dari atas ke bawahan (1 arah)

2. Gaya komunikasi yang bersifat *controlling*

Atasan bersifat *task oriented*, tetapi mengontrol organisasi, dan bersifat otoriter. Atasan merendahkan bawahan, meskipun tidak terlalu ketat, atasan menunjukkan rasa kurang percaya kepada bawahannya. Bawahan diperbolehkan untuk mengutarakan pendapatnya dalam sebuah pengambilan keputusan, tetapi permasalahan organisasi tetap diselesaikan oleh atasan.

3. Gaya komunikasi yang bersifat *collaborative*

Atasan mengontrol bawahannya dengan bernegosiasi dan berkolaborasi. Komunikasi mengalir relatif secara 2 arah, ke atas maupun ke bawah dalam sebuah hierarki organisasi.

4. Gaya komunikasi yang bersifat *nurturing*

Berkonsentrasi pada hubungan antara atasan dan bawahan. Mereka memelihara keyakinan dan kepercayaan bawahan dan mendorongnya dalam pengambilan keputusan. Hasil motivasi karyawan berasal dari partisipasi mereka dalam mencapai target organisasi. Pertukaran pesan terjadi secara bebas dan terbuka baik dari atasan, bawahan maupun keduanya. (dalam O'Hair, Friedrich & Dixon 2011, p. 159-160)

Kepuasan Komunikasi

Istilah kepuasan komunikasi menurut Redding dalam Pace & Faules (2005) digunakan untuk menyatakan keseluruhan tingkat kepuasan yang dirasakan pegawai dalam lingkungan total komunikasinya.

Dimensi Kepuasan Komunikasi

Analisis paling komprehensif mengenai kepuasan komunikasi organisasi dilakukan Down Hazen (1979) dalam Pace & Faules (2005, p. 163) sebagai bagian dari usaha mereka untuk mengembangkan suatu instrumen untuk mengukur kepuasan komunikasi. Mereka mengidentifikasi 8 dimensi kepuasan komunikasi organisasi yaitu:

1. Informasi yang berkaitan dengan pekerjaan, sejauh mana para individu menerima informasi mengenai lingkungan kerja saat itu
2. Kecukupan informasi, sejauh mana pegawai merasa bahwa mereka mengetahui bagaimana mereka dinilai dan bagaimana kinerja mereka dihargai.
3. Kemampuan untuk menyarankan perbaikan, sejauh mana para penyelia terbuka pada gagasan, mau mendengarkan dan menawarkan bimbingan untuk memecahkan persoalan-persoalan yang berkaitan dengan pekerjaan.
4. Efisiensi berbagai saluran komunikasi ke bawah, sejauh mana para bawahan responsif terhadap komunikasi ke bawah dan memperkirakan kebutuhan penyelia.
5. Kualitas media, sejauh mana pertemuan-pertemuan diatur dengan baik, pengarahan tertulis dengan singkat dan jelas dan jumlah komunikasi dalam organisasi cukup.
6. Cara rekan berkomunikasi, sejauh mana terjadinya desas desus dan komunikasi horizontal yang cermat dan mengalir bebas.
7. Informasi tentang organisasi secara keseluruhan, sejauh mana informasi mengenai organisasi sebagai suatu keseluruhan yang memadai.

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan format eksplanasi dengan pendekatan kuantitatif. Format eksplanasi dimaksud untuk menggambarkan suatu generalisasi atau menjelaskan hubungan satu variabel dengan variabel lain (Bungin, 2001, p. 187). Disini peneliti menggunakan metode survey. Menurut Singarimbun & Effendy (1986, p. 8), dalam survey informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner.

Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah pengaruh gaya komunikasi. Sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan tetap dari Malang Town Square. Populasi adalah kumpulan elemen yang mempunyai karakteristik tertentu yang sama dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel (Umar, 2002, p. 128). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode total sampling pada seluruh karyawan tetap di Malang Town Square. Pada penelitian ini, jumlah total responden adalah 55 orang.

Analisis Data

Untuk melakukan analisis dalam penelitian ini, digunakan beberapa teknik seperti uji validitas, uji reliabilitas, uji T, uji regresi. Untuk melakukan analisis pengaruh antara gaya komunikasi *Center Director* terhadap kepuasan komunikasi, peneliti mengolah data dalam distribusi frekuensi.

Temuan Data

Tabel 1. Frekuensi Gaya Komunikasi *Center Director* di *Malang Town Square*

Gaya Komunikasi	Indikator	Rata-rata	Total rata-rata
<i>Authoritarian</i>	X1	2,89	2,85
	X2	2,73	
	X3	2,64	
	X4	3,15	
<i>Controlling</i>	X5	3,15	3,23
	X6	3,05	
	X7	3,51	
<i>Collaborative</i>	X8	3,45	3,26
	X8	3,24	
	X10	3,11	
<i>Nurturing</i>	X11	3,56	3,62
	X12	3,56	
	X13	3,76	

Sumber: Olahan Peneliti, 2013

Dari sini dapat terlihat bahwa *Center Director Malang Town Square* dominan memiliki gaya komunikasi yang bersifat *nurturing*. Hal ini dikarenakan *Center Director* memberikan perhatian lebih pada karyawannya, seperti kedekatannya secara personal dengan bawahan. Di lain sisi *Center Director* juga memanfaatkan kedekatannya secara personal tersebut untuk memberikan motivasi dan dorongan pada karyawannya di saat mereka merasa *down* atau patah semangat.

Tabel 2. Frekuensi Kepuasan Komunikasi Karyawan

Indikator	Item Pertanyaan	Mean	Kategori
Informasi berkaitan dengan pekerjaan	Informasi yang diberikan berkaitan dengan pekerjaan	4	Tinggi
	Kemudahan mendapat informasi berkaitan dengan pekerjaan	4	Tinggi
Kecukupan Informasi	Pemberikan penghargaan atas kerja keras saya dengan memberikan apresiasi	4	Tinggi
Kemampuan untuk menyarankan perbaikan	Mau menerima ide dan saran dari saya	4	Tinggi
	Mau menerima kritik dan koreksi dari saya	4	Tinggi
	Menawarkan bimbingan dalam memecahkan masalah pekerjaan	4	Tinggi
Efisiensi berbagai saluran komunikasi ke bawah	Ketersediaan media komunikasi yang efisien	4	Tinggi
	Dapat segera memberi respons/ jawaban atas pesan yang saya terima	4	Tinggi
Kualitas Media	Adanya jadwal terencana berkaitan dengan pekerjaan	4	Tinggi
	Standar kualitas media komunikasi yang digunakan	4	Tinggi
Informasi tentang organisasi secara keseluruhan	Dengan informasi yang saya terima mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan organisasi	4	Tinggi
Integrasi Organisasi	Mampu memotivasi saya dalam mencapai tujuan organisasi	4	Tinggi

Sumber : Olahan Peneliti, 2013

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa dari 12 komponen pernyataan tentang kepuasan komunikasi, seluruhnya berada pada kategori tinggi. Pernyataan pada kategori bernilai tinggi itu karena nilai rata-rata setiap pertanyaan lebih dari nilai 3 yaitu (interval 3,01 – 5,00) dan tidak ada komponen yang memiliki nilai rendah (interval 1,00 – 3,00).

Tabel 3. Koefisien Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,057	,476		4,325	,000
nurturing	,414	,130	,402	3,195	,002

a. Dependent Variable: kepuasan komunikasi

Sumber : Olahan Peneliti, 2013

Berdasarkan tabel diatas harga koefisien konstanta sebesar 2,057. Ini berarti apabila ada nilai dari gaya komunikasi *nurturing* (X_4), maka tingkat kepuasan komunikasi (Y) sebesar 2,057. Harga koefisien $b = 0,402$, berarti apabila nilai gaya komunikasi *nurturing* (X_4) mengalami kenaikan sebesar satu poin, maka tingkat variabel kepuasan komunikasi (Y) akan naik sebesar 40,2%. Ini disebut regresi linear positif.

Tabel 4. *Output Model Summary*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,402 ^a	,161	,146	,463

a. Predictors: (Constant), nurturing

Sumber : Olahan Peneliti, 2013

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa harga koefisien korelasi $R = 0,402$, yang berarti lebih besar dari 0. Dengan demikian dapat dinyatakan ada pengaruh variabel gaya komunikasi (X) terhadap variabel kepuasan komunikasi (Y).

Analisis dan Interpretasi

Berdasarkan hasil penelitian dengan memberikan kuisioner kepada seluruh karyawan tetap *Malang Town Square* (MATOS) yang berjumlah 55 orang didapatkan hasil bahwa *Center Director* cenderung menggunakan gaya komunikasi yang bersifat *nurturing* dengan skor tertinggi sebesar 3,62 yang berarti seperti yang diungkapkan oleh O'Hair, Friedrich & Dixon (2011) gaya komunikasi yang bersifat *nurturing* ini berkonsentrasi pada hubungan antara *Center Director* dan bawahan, memelihara keyakinan dan kepercayaan bawahan dan mendorongnya dalam pengambilan keputusan, tidak menggunakan rasa takut, ancaman, dan intimidasi, partisipasi dalam mencapai target organisasi, pertukaran pesan terjadi secara bebas dan terbuka baik dari atasan, bawahan maupun keduanya. (p. 160)

Dari hasil regresi dapat ditemukan bahwa gaya komunikasi yang bersifat *nurturing* memberikan pengaruh positif tertinggi terhadap dimensi kepuasan komunikasi di karyawan *Malang Town Square* (MATOS). Ditemukan pula adanya pengaruh positif terhadap kepuasan komunikasi saat *Center Director* menggunakan gaya komunikasi bersifat *collaborative* dan *controlling* namun pengaruhnya tidak setinggi saat *Center Director* menggunakan gaya komunikasi bersifat *nurturing*. Sedangkan saat *Center Director* menggunakan gaya komunikasi yang bersifat *authoritarian* justru menimbulkan pengaruh regresi linear negatif, dimana jika *Center Director* menggunakan gaya komunikasi *authoritarian* tingkat kepuasan komunikasi karyawan justru semakin menurun.

Setelah menemukan bahwa gaya komunikasi *Center Director Malang Town Square* (MATOS) yang cenderung menggunakan gaya komunikasi *nurturing*, selanjutnya penelitian dilakukan untuk melihat pengaruh dari gaya komunikasi tersebut terhadap kepuasan komunikasi karyawan di *Malang Town Square* (MATOS). Kepuasan komunikasi karyawan dalam penelitian ini menggunakan 7 (tujuh) dimensi sebagai indikator, yaitu informasi yang berkaitan dengan pekerjaan, kecukupan informasi, kemampuan untuk menyarankan perbaikan, efisiensi berbagai saluran komunikasi ke bawah, kualitas media, informasi tentang organisasi secara keseluruhan, dan integrasi organisasi. Dimana pada seluruh dimensi tersebut, hasil analisa data menunjukkan tingkat kepuasan komunikasi yang tinggi.

Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh gaya komunikasi *Center Director* terhadap kepuasan komunikasi karyawan di *Malang Town Square* (MATOS). Berdasarkan hasil penelitian dengan memberikan kuisioner kepada seluruh karyawan tetap MATOS yang berjumlah 55 orang didapatkan hasil bahwa *Center Director* cenderung menggunakan gaya komunikasi *nurturing*.

Setelah mengetahui gaya komunikasi yang dipakai oleh *Center Director* kemudian dilakukan penelitian pengaruh gaya komunikasi tersebut terhadap kepuasan komunikasi karyawan. Hasil pengujian statistik menunjukkan adanya pengaruh positif tertinggi terhadap kepuasan komunikasi saat *Center Director* menggunakan gaya komunikasi bersifat *nurturing*. Pada gaya ini saat *Center Director* semakin mementingkan hubungan personal dengan karyawannya, tingkat kepuasan karyawannya semakin meningkat tinggi.

Ditemukan pula adanya pengaruh positif terhadap kepuasan komunikasi saat *Center Director* menggunakan gaya komunikasi bersifat *collaborative* dan *controlling* namun pengaruhnya tidak setinggi saat *Center Director* menggunakan gaya komunikasi bersifat *nurturing*. Pada gaya komunikasi yang bersifat *collaborative*, *Center Director* yang mengajak karyawannya untuk berunding dan bernegosiasi untuk mencari kesepakatan dapat meningkatkan kepuasan komunikasi karyawannya semakin tinggi. Pada gaya komunikasi yang bersifat *controlling*, *Center Director* yang memperbolehkan karyawannya mengutarakan

pendapat dalam sebuah pengambilan keputusan mampu membuat naiknya kepuasan komunikasi karyawan semakin tinggi.

Sedangkan saat *Center Director* menggunakan gaya komunikasi yang bersifat *authoritarian* justru menimbulkan pengaruh regresi linear negatif, dimana jika *Center Director* menggunakan gaya komunikasi *authoritarian* tingkat kepuasan komunikasi karyawan justru semakin menurun khususnya saat karyawan merasa segan untuk berkomunikasi dengan *Center Director*, membuat kepuasan komunikasi karyawan semakin menurun.

Dimensi kepuasan komunikasi karyawan tersebut adalah informasi yang berkaitan dengan pekerjaan, kecukupan informasi, kemampuan untuk menyarankan perbaikan, efisiensi berbagai saluran komunikasi ke bawah, kualitas media, informasi tentang organisasi secara keseluruhan, dan integrasi organisasi. Semua dimensi kepuasan komunikasi karyawan tersebut menunjukkan skor tingkat kepuasan komunikasi yang tinggi yang dipengaruhi oleh gaya komunikasi *Center Director*.

Untuk peneliti lain yang berminat untuk melakukan penelitian lanjutan terhadap topik ini diantaranya adalah mengembangkan topik penelitian dengan meneliti variabel lain yang mungkin juga berpengaruh terhadap kepuasan komunikasi karyawan. Selain itu bisa juga dilakukan penelitian lanjutan tentang pengaruh kepuasan komunikasi karyawan ini terhadap kinerja mereka dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab untuk mencapai tujuan perusahaan.

Daftar Referensi

- Kreitner, R. & Kinicki, A. (2005). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Muhammad, A. (2004). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Pace, R. & Faules, D. (2005). *Komunikasi Organisasi: strategi meningkatkan kinerja perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Purwanto, D. (2006). *Komunikasi Bisnis Edisi Ketiga*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- O'Hair, D. Friedrich, G & Dixon, L. (2011). *Strategic Communication in Bussiness and The Professions*. Pearson: Pearson Education.
- Bungin, B. (2001). *Metodologi penelitian sosial: format-format kuantitatif dan kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press
- Goldhaber, G. (1993). *Organizational Communication*. America: Mc Graw Hill.
- Singarimbun, M . & Effendi, S. (1989). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES
- Siregar, K. (2006). *Hubungan Gaya Kepemimpinan Dengan Kepuasan Kerja Karyawan*, 1-4, Bogor.
- Umar, H. (2002). *Metode riset komunikasi organisasi*. Jakarta: PT.gramedia pustaka utama.